
Innovación social y cooperativas: convergencias y sinergias

La innovación social se caracteriza como aquella acción interna o intervención externa (surcida desde las personas necesitadas o desde las que quieren ayudar) de desarrollo social (mejora del bienestar social) individual y colectivo producida mediante un cambio original o novedoso en la prestación de un servicio o en la producción de un bien. Admite diferentes formas de manifestación intangibles o tangibles, cuyos resultados se logran por medio de un sistema en red y son, en determinadas circunstancias, reproducibles. Se trata de un fenómeno que en los últimos años está siendo centro de interés por diversos equipos de investigación nacionales e internacionales. El objeto del presente estudio es reflexionar sobre las principales aportaciones y singularidades de innovación social de diversos casos paradigmáticos que se desarrollan en el contexto del cooperativismo.

Gizarte berrikuntza gizarte garapenerako, (ongizatea), banakakoa edota kolektiboa, barruko ekintza endogenoa edota kanpoko ekintza (behartsuengandik edo lagundu nahi dutenengandik sortuta) da, zeinek, aldaketa original edo berri baten bidez (zerbitzuren bat emateko edo ondasunen bat ekoizteko (adierazpen ukiezin edo ukigarriak onartzen ditu), emaitza batzuk lortzen dituen, sareko sistema baten bitartez, eta litekeena da baldintza egoki batzuekin errepikatzea. Azken urteotan nazioko eta nazioarteko ikerketa taldeek interes handia izan dute fenomeno horren inguruan. Ikerketa honen helburua gizarte berrikuntzaren ekarpen eta berezitasun nagusiez hausnartzea da. Hausnarketa hori kooperatibismoaren testuinguruan garatutako hainbat kasu paradigmatikotan oinarrituta egin da.

Social innovation that has been characterized as internal or external intervention action –arising from people in need or from those who want to help–, social development –improving the welfare or social cohesion– that, through an original change in the provision of a service or production of a good. It could be intangibles or tangible, but the outcomes are generally achieved through a networked system and potentially to be reproducible. This is a phenomenon in recent years being the center of interest in various research groups, nationally and internationally. The purpose of this study is to reflect from the analysis of several cases of social innovation in the context of the cooperativism showing its key points and singularities.

Índice

1. La emergencia y delimitación del concepto de innovación social
2. Los principales rasgos de una innovación social
3. Los niveles de innovación social
4. La experiencias de economía social impulsoras de innovaciones sociales de primer nivel
5. Consideraciones finales

Referencias bibliográficas

Palabras clave: cooperativas, economía social, innovación social, inserción sociolaboral, desarrollo territorial.

Keywords: cooperatives, social economy, social innovation, labor integration, Territorial development.

Nº de clasificación JEL: P13, J54, J14.

1. LA EMERGENCIA Y DELIMITACIÓN DEL CONCEPTO DE INNOVACIÓN SOCIAL

Hablar de cambio social, ingeniería social o intervención social no es nada nuevo en la ciencia sociológica. Por otra parte, la economía y la teoría empresarial se han preocupado de la innovación como un fenómeno esencial para el desarrollo. No obstante, el concepto de innovación social emerge fundamentalmente en las últimas décadas del siglo XX en los escritos de figuras como Peter Drucker y Michael Young –fundador de la *Open University*– o en la labor de escritores franceses como Pierre Rosanvallon, Jacques Fournier, y Jacques Attali (Chambon, David y Devevey, 1982). En cualquier caso este concepto novedoso de la innovación social –y de la realidad que subyace en su consideración creciente– reconoce en el cooperativismo a uno de sus fenómenos precursores más relevantes (Mulgan, *et al*, 2007) y como un sustrato de las innovaciones sociales actuales más importantes sobre todo en el diseño de modelos de negocio social (Murray *et al*, 2010).

No existe un concepto unívoco de innovación social. Como sucede con muchos términos existen diversas aproximaciones, coincidentes en algunos aspectos y en otros no, que hacen incapie en determinados rasgos, en función de la disciplina des-

de la que uno se aproxime. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) define la innovación social «*como nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios. Estos se transforman en actores de su propio desarrollo, fortaleciendo así el sentimiento de ciudadanía*» (Rodríguez y Alvarado, 2008). Para otros, también incluiría aquellas iniciativas originales que mejoran la eficacia de la acción pública (Malikova y Staranova, 2005). Muchos identifican la innovación social con las aplicaciones sociales de la innovación tecnológica e incluso a la parte que corresponde a la participación y la gestión del talento humano.

Desde nuestra perspectiva, una innovación social consistiría en una acción endógena o intervención exógena (surgida desde las personas necesitadas o desde las que quieren ayudar) de desarrollo social (que mejora el bienestar y la cohesión social) producida mediante un cambio original y novedoso en la prestación de un servicio o en la producción de un bien (admite diferentes formas de manifestación intangibles o tangibles) logrando unos resultados (existen indicadores objetivables del cambio producido) generalmente mediante un sistema en red (adquieren mayor protagonismo las relaciones interorganizativas más que las intraorganizativas) que son potencialmente reproducibles (tiende a su difusión ilimitada en lugar de su reproducción restringida o controlada) (Morales, 2009a).

En este trabajo se proponen algunas claves que pueden ayudar a comprender mejor el alcance de este concepto emergente y las convergencias que tiene con las iniciativas de economía social. En primer lugar, se destaca algunos de sus rasgos más significativos a partir del análisis realizado desde diversas aproximaciones teóricas y de ciertos denominadores comunes de experiencias innovadoras. En un segundo lugar, se muestra la dimensión innovadora de ciertas experiencias significativas en el mundo del cooperativismo. Por último se realizan una serie de reflexiones que se derivan del análisis realizado.

2. LOS PRINCIPALES RASGOS DE UNA INNOVACIÓN SOCIAL

2.1. Denominadores comunes de un fenómeno heterogéneo

Las innovaciones sociales reconocidas como tales son muy diversas pero ¿cuáles serían las claves que fundamentan un fenómeno como innovador a nivel social? A continuación se proponen algunas condiciones necesarias –aunque aisladamente insuficientes– para identificar un fenómeno socialmente innovador.

Originalidad

La innovación social ha de ser original y sorprendente, no tanto por su complejidad técnica, sino por su eficacia: capacidad para resolver problemas con poca burocracia. De hecho suelen ser experiencias paradigmáticas abordadas por su novedad desde

diversas disciplinas (sociología, economía, empresa, trabajo social,...). Un ejemplo muy citado y conocido como socialmente innovador es el caso del Banco Grameen –entidad fundada por Yunus, premio Nobel de la Paz 2006– y los microcréditos. Su originalidad estriba en la generación de un banco para pobres¹ que con un método propio consigue el empoderamiento de la mujer a nivel individual y genera capacidades y capital social a nivel colectivo (Fundación para la Innovación Bankinter, 2009).

Intangibilidad

La definición general expuesta en el Manual de Oslo, compartida por la OCDE y EUROSTAT, señala que las innovaciones *comprenden los nuevos productos y procesos así como las modificaciones tecnológicas importantes de los mismos. Una innovación –en el ámbito económico– se considera como tal cuando es introducida en el mercado (innovaciones de productos) o utilizada en un proceso de producción (innovaciones de procesos) –lógicamente para reducir costes o mejorar la calidad–. En ellas intervienen toda clase de actividades científicas, tecnológicas, de organización, financieras y comerciales* (Echevarría, 2008).

La teoría de la innovación, por tanto, ha manejado tradicionalmente dos tipos de innovación: la de producto y la de proceso –ya sea externa (nuevos servicios añadidos al producto) o interna (organizativa). Obviamente las empresas, las organizaciones no lucrativas y las administraciones públicas que pertenecen o actúan en el sector servicios también innovan en sus «productos-servicios» (los que prestan y ofrecen a sus clientes) y en sus procesos (actividades internas y externas que los hacen más eficientes y eficaces).

La innovación social podría encuadrarse tanto en el ámbito de innovación de productos-servicios como de procesos con una elevada participación de activos intangibles (Cuadro nº 1), incluyendo acciones (iniciativas, proyectos, instrumentos,...) que de forma original mejoran el bienestar social y plantean, en definitiva, la no resignación ante situaciones como la exclusión, el hambre y la pobreza, el cambio climático... y su consideración como «un mal menor inevitable» de las sociedades avanzadas.

Insistimos en la dimensión predominantemente intangible: una idea se transforma en una política o un servicio público nuevo, una institución o un proceso social nuevo que satisfaga necesidades de los ciudadanos o mejore la eficacia de la acción de gobierno a cualquier nivel. En el caso del microcrédito se reformula la tradicional práctica bancaria –muy centralizada– y se demuestra, entre otros aspectos, que el control social puede obtener las mismas tasas de devolución de préstamos que los mecanismos tradicionales de garantía.

¹ Un precedente de esta idea la encontramos en los montepíos y en las casas de empeño que a su vez derivaron en cajas de ahorros.

Cuadro nº 1. **INNOVACIÓN ECONÓMICO-TECNOLÓGICA
E INNOVACIÓN SOCIAL**

Tipo de innovación	INNOVACIÓN ECONÓMICA	INNOVACIÓN SOCIAL
Utilización de Factores	Intensiva en capital financiero	Intensiva en capital intelectual (humano y relacional)
Orientación básica	Crear situaciones monopolísticas (producto único) que genere altas rentabilidades	Cubrir necesidades amplias de grupos sociales a bajo coste con gran impacto
Necesidades de protección	Alta para garantizar el esfuerzo inversor y dilatar la situación monopolista	Muy baja. Cuanto más se extiendan más cumplen su fin. Riesgo de fracaso por utilización «nominal» sin know-how
Complejidad	Creciente en el ámbito tecnológico	Creciente en el ámbito relacional

Fuente: Morales Gutiérrez (2010).

Replicabilidad

Las innovaciones sociales tienden por su esencia a la difusión y a la expansión. Desde esa perspectiva son innovaciones abiertas en el sentido pleno del término. No pretenden la generación de ventajas en un mercado competitivo. No tienen que ser protegidas por patentes para garantizar la rentabilidad y evitar las imitaciones. Las innovaciones sociales persiguen un dinamismo *glocal* (Castells, 1999): la articulación entre lo global y lo local.

También encontramos este rasgo en el caso de los microcréditos. Este referente y su generalización en otros contextos culturales diferentes en los valores –pero comunes en la pobreza– condujo en cierta manera a que incluso la ONU aprobara una resolución específica (52/194), sobre la «función del microcrédito en la erradicación de la pobreza» en su Asamblea General de 18 de diciembre de 1997. Por tanto, la experiencia acumulada de los microcréditos en Bangladesh y su «efecto mariposa» fue alcanzando una dimensión global (desde Bolivia a Zambia, pasando por Kosovo) que a su vez ha permitido ir afinando los métodos de identificación de riesgos, evaluación de capacidades, seguimiento, innovación en sistemas de garantía no tradicionales, venciendo finalmente las resistencias a su implantación en países del «primer mundo» como Estados Unidos o Canadá, y en el espacio europeo: Francia (ADIE), Gran Bretaña (PYBT), Irlanda (First Step), Portugal (RIM) o Finlandia (Eko-Osuuspankki) y, también España (Acción Solidaria contra el Paro, por citar alguno, o la experiencia de BBK Solidaria articulada con diversas entidades y redes sociales).

El desarrollo de la innovación social requiere, por tanto, un pensamiento estratégico bipolar que subyace en muchas corporaciones y que implica tanto una considerable economía de escala y de especialización como, a su vez, capacidad de adaptación y riesgo. Un dinamismo, en definitiva, que puede dotar a la innovación social de una escala mundial.

Eficacia social

La innovación social resuelve problemas, logra resultados y está vinculada a la satisfacción de las necesidades humanas básicas (Moulaert y Ailenei, 2005) imbricándose de esta forma en el concepto de desarrollo humano propuesto por el PNUD² y la filosofía de Amartya Sen. En el caso del Banco Grameen su desarrollo puede entreverse en las siguientes cifras: más de un millar de sucursales en 41.000 pueblos de Bangladesh, 2,5 millones de prestatarias y, sorprendentemente, a pesar de los recursos escasos de éstos, una tasa de devolución del 98,45%.

Pero estos resultados son una consecuencia de otro logro especialmente relevante en la innovación social: la generación de capital social. Como señala Moyano (2001) fueron los economistas neoclásicos los que pusieron de manifiesto la importancia del capital humano considerando que sin dicho elemento, los demás factores –trabajo, tierra y capital– tendrían poca utilidad para el desarrollo económico. Pero fueron los autores de la nueva sociología económica quienes en su intento de explicar el comportamiento económico de los individuos, dieron contenido a dicho concepto, englobando no sólo las personas sino también las normas y las redes sociales que contribuyen a la generación de acciones colectivas en beneficio de la propia comunidad.

Así, la implantación de los microcréditos requiere y genera una organización en red conformada por entidades que colaboran en un fin común: el apoyo al microempresario excluido de los cauces tradicionales. Esto queda reflejado cuando estudiamos este proceso en el caso de la Línea del ICO (Morales, 2004), en el que participaron 32 entidades financieras en las que podía solicitarse esta línea de financiación (servicios financieros), y más de un centenar de instituciones de asistencia social. El papel de éstas es esencial, ya que se responsabilizaban de facilitar el acompañamiento a los emprendedores en la definición de su actividad, validar la viabilidad de los proyectos y, cuando el microcrédito había sido concedido, realizar labores de seguimiento y asesoramiento técnico de las iniciativas financiadas. En el caso de la red Xesmic generada por la Fundación un Sol Mon, el volumen de entidades colaboradoras superaba las cincuenta (ayuntamientos, consultoras empresariales y entidades de acción social).

La innovación social requiere, por tanto, unos niveles adecuados de capital social tanto de cooperación a escala micro, es decir, de acción colectiva implicada en la iniciativa con intensidad de relaciones intracomunitarias como de cooperación entre instituciones públicas (con credibilidad y eficiencia) y una ciudadanía articulada y organizada a nivel macro. Pero estos requisitos iniciales van desarrollándose y generando nuevas formas de organización de la acción colectiva por medio de la institucionalización formal e informal –modelos de gobernanza (Anshell y Gash, 2008) afectando a las relaciones sociales y a la satisfacción de las necesidades básicas que aquellas dejan al descubierto.

² Plan de Naciones Unidas para el Desarrollo.

La innovación social se convierte así en una *innovación en los procesos de manifestación de necesidades, en las formas de cooperación, en la comunicación y en una gobernanza adecuada facilitadora de dichos procesos* (Zurbano, 2008). Esta primacía de la gobernanza (Cuadro nº 2) descansa también en su dimensión territorial ya que la generación de redes de cooperación entre agentes participantes en los procesos de innovación requiere de vínculos de proximidad para una mayor fluidez y confianza entre ellos (Morgan, 2005; Lévesque, 2005).

Cuadro nº 2: RASGOS DIFERENCIALES DE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL

	PROCESOS TRADICIONALES DE CAMBIO SOCIAL	PROCESOS DE INNOVACION SOCIAL
SUJETO	Comunidad	Red social
IMPACTO	Local (Limitado)	Glocal (Muy amplio y potencialmente ilimitado)
MODELO DE GOBERNANZA	Centralizada y compartimentalizada	Multinivel y abierta

Fuente: Elaboración propia a partir de Alvord et al. (2002), Gerommetta et al., (2005), Dal Fiore (2007) y Morales (2008).

Este enfoque territorial ha recibido una especial atención por las instituciones comunitarias. De hecho el primer proyecto a gran escala que aborda la innovación territorial y un tratamiento amplio y profundo de modelos alternativos de innovación local (ALMOLIN) ha sido SINGOCOM (European Commission Framework 5 project, (2002-2004). *Social INnovation, GOvernance, and COMmunity Building*.

3. LOS NIVELES DE INNOVACIÓN SOCIAL

No todas las innovaciones sociales responde a un mismo nivel de originalidad. Dado el desarrollo conceptual que tienen las innovaciones tecnológicas hemos utilizado una clasificación que por analogía podría aplicarse a la singularidad de este tipo de experiencias. Con esta perspectiva se consideran cinco niveles cuyos rasgos esenciales se describen a continuación.

3.1. Primer nivel: nuevos principios

Las innovaciones o descubrimientos de un nuevo principio o de un nuevo concepto –o cambios de paradigma en términos de Kuhn– podría constituir un punto de partida esencial para determinadas innovaciones sociales. Los rayos X, la bobina de Tesla, el efecto fotovoltaico o la semiconductividad son claros ejemplos de principios que han permitido a su vez el desarrollo de innovaciones importantes tecnológica, o dicho de otra forma, son descubrimientos científico-tecnológicos, que sirven de base para el desarrollo de soluciones técnicas aplicadas.

Las nuevas tecnologías de la información y el desarrollo de Internet han permitido que en el terreno económico surjan también nuevos principios como la «economía long-tail» (Anderson, 2008) que sustenta el desarrollo de nuevos modelos de negocio ejemplarizado en empresas como eBay o Charles Swab.

Otro de los nuevos principios sociales, es el de emprendedor social en lugar de emprendedor clásico orientado exclusivamente al mercado y al beneficio individual (Drayton, 2006). Realmente los emprendedores sociales han existido desde hace mucho tiempo pero ahora se les reconoce por su papel y por una visión global del sistema social que permite ver su alcance. De hecho este concepto ya aparece en revistas científicas e instituciones especializadas. Ashoka es una institución asentada en este principio y fundamenta su desarrollo en la promoción de las iniciativas de emprendedores sociales de todo el mundo. Otro principio, muy conectado con el anterior, son los negocios inclusivos y el desarrollo de los mercados en la base de la pirámide (Mutis y Ricart, 2008).

En general puede afirmarse que muchos de estos «nuevos principios» han surgido no sólo a partir de la racionalidad y la creatividad —como sucede con las innovaciones tecnológicas y económicas— sino también desde ámbitos subjetivos emocionales como el empeño, el compromiso y la sensibilidad social, que han sustituido el motor que frecuentemente subyace en la innovación tradicional: la búsqueda del beneficio a toda costa.

3.2. Segundo nivel: aplicaciones de nuevos principios

En este caso, se trata de innovaciones que se crean a partir de una combinación radicalmente nueva (innovaciones radicales) surgida de la aplicación de uno o varios nuevos principios o conceptos (ya sean tecnológicos, económicos o incluso sociales). Podrían considerarse como nuevas combinaciones de nuevos «función-principio» en la innovación social, el caso de las *radios wind-up* y la aplicación del concepto de base de la pirámide para resolver el acceso a la información a personas con escasos recursos en países de bajo desarrollo tecnológico. Otro caso relevante es la aplicación del principio que surge de la economía *long-tail* al fenómeno del altruismo poniendo en práctica la posibilidad de canalizar microdonaciones a escala global (de cualquier parte del mundo, para cualquier parte del mundo).

Desde ahí surgen las plataformas sociales como *Globalgiving* donde necesidades y microdonantes pueden encontrarse como ya lo hizo eBay para transacciones económicas. Otro ejemplo similar lo encontramos en el caso paradigmático de *Kiva* que compartiendo ciertos principios económicos (economía *long tail*) y funciones (plataforma en Internet) combina también lo que podría asumirse como principio de innovación social: el microcrédito (Morales, 2009b).

Este nivel de innovación está por tanto plagado de transferencias de experiencias de innovación económico-tecnológica al ámbito social. De hecho sus precursores son generalmente «profesionales 2.0» que han desarrollado plataformas o modelos

no para la obtención de beneficios o aumento de las capacidades empresariales sino para la resolución de problemas sociales.

3.3. Tercer nivel: extensiones de aplicaciones novedosas

Este nivel recoge aquellas iniciativas que parten de experiencias del segundo nivel que han tenido éxito y se extienden a un nuevo mercado o escenario dicha combinación de función-principio. Por ejemplo, en el caso de personas que disponen de escasos recursos económicos para donar y sin embargo están dispuestos a dar tiempo, conocimientos u otros activos o capacidades intangibles. Surgen mercados sociales de intangibles –bancos de tiempo» que las TIC permiten extender y ampliar sus posibilidades y en donde las personas expresan sus necesidades de todo tipo mientras otros tratan de ayudarlas. Incluso en este caso el que recibe la ayuda puede también ayudar en otros ámbitos. La red social *papaya.org* es una experiencia que podemos situar en este ámbito.

3.4. Cuarto nivel: mejoras cualitativas en las extensiones de aplicaciones novedosas

Se trata de mejoras cualitativas de una combinación de función-principio dentro del mercado existente. Podríamos situar en este espectro el caso de MyC4 –plataforma para la concesión de microcréditos especializada en Africa» ya que no sólo permite aportar cantidades fijas como microcréditos –que sería el caso de Kiva– sino que da la posibilidad de que las cantidades aportadas se concedan a un tipo de interés concreto (dentro de un intervalo razonable). Esta fácil opción financiera convierte al microprestamista en un posible inversor social (una figura innovadora): no sólo se puede recuperar el microcrédito aportado si no también nuevos fondos obtenidos a partir del tipo de interés concedido, lo que permite, en tal caso, la obtención de nuevos recursos que podrían ser reutilizados para el apoyo de nuevos emprendedores.

3.5. Quinto nivel: mejoras cuantitativas en las extensiones de aplicaciones novedosas

Mejora cuantitativa por cambio del valor de un parámetro o de una optimización. Siguiendo el caso de las plataformas que obtienen recursos para microfinancieras que apoyan a los emprendedores en países en vías de desarrollo, podría hablarse de un nuevo mercado si dicha plataforma se especializa en un tipo de emprendedores o en la captación y aplicación en un territorio concreto –como es el caso de *Rangde* en la India. Este quinto nivel de innovación pone a prueba, en cierta medida el nivel de replicabilidad de innovaciones de orden superior. En un nivel fuera del ámbito de las TIC podría citarse el caso de la expansión de la organización *Un techo para Chile* que se ha ido desarrollando en otros países latinoamericanos como *Un techo para mi país*.

4. LAS EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA SOCIAL IMPULSORAS DE INNOVACIONES SOCIALES DE PRIMER NIVEL

Una vez considerados los diferentes niveles de innovación vamos a analizar diversos casos significativos –con algún tipo de reconocimiento de su relevancia– ya sea a nivel nacional (*La Fageda, Teixedors, Cooperativa L’Olivera, Can Gazá, Roba Amiga; Ideas, Koopera, Ecoaldeas*) e internacional (*Oromia, Cecosesola, Syndicoop*) y que muestran la presencia de la economía social en alguno de los fenómenos que caracterizan la innovación social (cuadro nº 3).

Cuadro nº 3. LAS EXPERIENCIAS ANALIZADAS

	EXPERIENCIA COOPERATIVA	ACTIVIDAD SOCIALMENTE INNOVADORA
Caso 1	La Fageda (Gerona)	Inserción social de discapacitados con un modelo de negocio empresarial de elevada rentabilidad y elevado impacto territorial.
Caso 2	Teixedors (Tarrasa)	Recuperación de actividades artesanales –con el consiguiente impacto cultural y turístico– que permiten la inserción de discapacitados.
Caso 3	Cooperativa L’Olivera (L’Urgell)	Recuperación de las viejas tradiciones enraizada con los nuevos movimientos sociales, como el <i>slow food</i> , que reivindican la recuperación del valor de la agricultura tradicional y la importancia de la calidad de las materias primas y los alimentos en una clara voluntad de rescatar unos ritmos vitales más acordes con la naturaleza permitiendo la inclusión social.
Caso 4	Can Gaza (Palma de Mallorca)	Experiencia singular de personas marginadas que viven en régimen de autogestión y autosostenibilidad económica. La mayoría tiene más de 50 años y se encuentran enfermos, algunos en estado terminal. Su adicción les ha llevado a perder: familia, trabajo, dinero, amigos y salud.
Caso 5	Salarca (Salamanca): Cooperativa perteneciente a la Red Rural de Empleo que gestiona centros de trabajo situados en las principales cabeceras de comarca de la provincia de Salamanca.	Producción de plantas, mantenimiento de jardines, transporte y servicios a la dependencia junto con la exploración de nuevos yacimientos de empleo para personas con discapacidad, como son: xerojardinería, restauración vegetal y paisajismo en espacios naturales, reciclado de residuos vegetales y domésticos para su uso como compost y turismo rural mediante la participación en proyectos con otras instituciones públicas y privadas.

Caso 6	Oromía (Etiopía) Experiencia de intercooperación que agrupa a 101 cooperativas, que representan a 90.000 campesinos.	Producen café certificado de comercio justo, café orgánico y café convencional en uno de los países más empobrecidos del mundo.
Caso 7	Ideas (Córdoba)	Promoción del comercio justo con entidades públicas y privadas.
Caso 8	Cecocesola (Venezuela) está formada por 57 cooperativas de productores agrarios.	Experiencia de intercooperación que se celebra todos los fines de semana en el medio rural que posibilita un lugar de encuentro –un mercado llamado Ferias de Consumo– entre productores agrícolas y consumidores eliminando el oportunismo de los intermediarios. 25.000 consumidores acostumbran a comprar casi todos los tipos de producto a un precio único por kilogramo. Las ferias de las hortalizas administradas comercializaron 21.600 toneladas de alimentos en el 2008.
Caso 9	Koopera Merkatua (Bilbao) promovido por la Red Social Koopera formada por las cooperativas sin ánimo de lucro Rezikleta , Berohi, Ekorropa y Ekiber; con la colaboración de Cáritas Bizkaia.	Mercado social y ecológico de Euskadi que ofrece a la ciudadanía productos de consumo sostenible como son: Ekorropa, la moda solidaria y ecológica; juguetes, libros y electrodomésticos recuperados; comercio justo; y alimentación ecológica. Además el mercado promueve la integración sociolaboral y la defensa del medioambiente mediante las acciones culturales, educativas y de ocio que difunde desde la sala con que cuenta, Koopera Aretoa.
Caso 10	Cooperativa de servicios <i>Roba amiga</i> de Cataluña junto con la colaboración de empresas de inserción de Cataluña, Valencia y Madrid, con el respaldo de las redes territoriales referentes en cada comunidad autónoma.	Red social que lleva a cabo la recuperación y reciclaje textil con un doble impacto: social y ambiental. El primero se materializa con la creación de puestos de trabajo para colectivos con problemas de inserción social y laboral. El segundo evita, que la ropa acabe en los vertederos y las incineradoras, dañando el medio ambiente.
Caso 11	Ecoaldeas cooperativas.	Asentamiento humano, que incluye todos los aspectos importantes para la vida, integrándolos respetuosamente en el entorno natural, que apoya formas saludables de desarrollo y que puede persistir indefinidamente y que en muchas ocasiones adoptan la forma cooperativa.

Caso 12	SYNDICOOP: iniciativa desarrollada desde Ginebra por la Oficina de Actividades para los Trabajadores (ACTRAV) y el Servicio de cooperativas de la OIT.	El objetivo de esta red de entidades consiste en mejorar las condiciones laborales de trabajadores de la economía informal en Rwanda, Tanzania, Uganda y más recientemente también en Kenia mediante la constitución de experiencias cooperativas.
---------	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Para su análisis hemos agrupado las experiencias en función de su aportación más significativa: como modelo de negocio social, como actor/promotor del comercio justo, como impulsor de mercados sociales, como actor/promotor de la sostenibilidad medioambiental y, por último, como agente normalizador de la actividad económica.

4.1. Empresas sociales ejemplares bajo fórmulas cooperativas

La Fageda

La Fageda (caso nº 1) constituye una de las experiencias de innovación social más citadas (Elkington y Hartigan, 2008; Monzón *et al*, 2010; Vernis e Iglesias, 2010; Segarra, 2011). Esta empresa cooperativa nace en el año 1982, como iniciativa conjunta de Cristóbal Colón y Carme Jordà, dos profesionales del ámbito de la psiquiatría, con el fin de cubrir el vacío asistencial existente como consecuencia de la reforma psiquiátrica. Se consideraba que en el tratamiento de la discapacidad y la enfermedad mental, el trabajo podía actuar como un importante elemento rehabilitador, aunque, de hecho, fuera un reto muy difícil para este tipo de personas poder encontrar un trabajo estable. Actualmente *La Fageda* es una cooperativa catalana de iniciativa social que tiene como finalidad la integración socio-laboral de las personas de la comarca de la Garrotxa que presentan discapacidad psíquica o trastornos mentales severos. Está formada por más de doscientas personas, incluidos usuarios y profesionales y su sede social, Mas Els Casals, se encuentra en *La Fageda d'en Jordà*, una de las principales reservas del Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa (Gerona). En esta finca, de 15 hectáreas, se desarrollan la mayoría de actividades, tanto asistenciales como productivas: un vivero forestal, una granja de vacas para la producción de leche, la planta de elaboración de productos lácteos y la sección de jardinería. Todas ellas se insertan en el marco de un centro especial de empleo. Entre las actividades asistenciales, un servicio de terapia ocupacional, pisos asistidos para los trabajadores y actividades de ocio, intentan mejorar la calidad de vida de sus usuarios.

Su producto estrella actual –para obtener rendimientos empresariales– son los yogurt. Se trata de productos un 30 % más caros que los del líder, DANONE. Mantener esta política de precios y mantenerse en los circuitos de la gran distribución con un constante crecimiento sólo es posible ofreciendo un producto de gran calidad y con unas características propias que le desmarquen de la competencia: se utili-

za la leche de la granja (premio a la mejor calidad de leche de la provincia de Gerona 2005), el proceso de fabricación está estrictamente controlado para tratar de forma «suave» al producto, no añaden ni colorantes ni conservantes, y como consecuencia de todo ello la elaboran un producto absolutamente natural y de una calidad excepcional que ha permitido, sin gastar nunca un euro en publicidad, contar con una muy buena imagen de marca y estar presente en la mayor parte de distribuidores minoristas de Cataluña y en una buena parte de los hospitales.

Podríamos situar la originalidad de esta experiencia en la integración de actividades socioeconómicas en una misión organizativa múltiple en dónde se produce sinergia económico-social que permite la inclusión social y laboral de colectivos con difícil inserción y el desarrollo local en clave territorial en este caso de carácter rural. ¿Es replicable esta experiencia? Cristóbal Colón, es miembro del patronato de diversas fundaciones asistenciales que están buscando vías para autofinanciarse, y es asimismo el presidente de la Fundación de talleres de Cataluña, con responsabilidad sobre unos 800 puestos de trabajo en empresas protegidas. Multitud de empresas y organismos del resto de España, de Italia, Suiza, Bélgica, Francia, Suecia... visitan y se inspiran, directa o indirectamente, en este proyecto.

Teixedors

Otro caso reconocido en su originalidad –y con bastantes similitudes respecto a la experiencia precedente es el de *Teixedors* (caso nº 2). En esta cooperativa se recuperan actividades artesanales –con el consiguiente impacto cultural y turístico–. El tejido constituye en muchos casos el resultado de un arte milenario, donde hombres y mujeres han plasmado su identidad cultural. Detrás de cada pieza se esconde una historia entretejida por las manos del artesano. Tarrasa, ciudad con una antigua tradición textil, es su sede. Desde su creación en 1983, hasta la fecha, ha formado personas en el arte de tejer a mano, con la finalidad de conseguir su integración laboral y social.

Ser tejedor es un oficio que requiere destreza, precisión y meticulosidad; las necesarias para manejar un telar de madera. Un oficio que desarrolla las habilidades manuales y agudiza los sentidos. Una actividad de la que *Teixedors* se sirve para potenciar las capacidades laborales y sociales de las personas con dificultades de aprendizaje. Personas especiales que los telares transforman en artesanos: una idea singular de la que surgen productos únicos. La base fundacional de *Teixedors* parte de un concepto único: integrar laboral y socialmente a personas con dificultades de aprendizaje mediante el telar manual. Una herramienta polivalente, compleja y exigente que actúa de forma terapéutica.

Cooperativa L'Olivera

Con un enfoque similar pero con actividad diferente tenemos el caso de la *Cooperativa L'Olivera* (caso nº 3) ubicada al amparo del monasterio cisterciense de Vallbona de les Monges (L'Urgell), en un paisaje de relieve accidentado y terrazas agrí-

colas centenarias. Nacida hace 35 años, produce una pequeña cosecha de vino blanco y aceite de oliva de calidad, y recientemente ha sacado al mercado sus primeros vinos tintos. L'Olivera cuenta hoy con más de 28 trabajadores, 8 de los cuales son discapacitados y ofrece alojamiento y terapia ocupacional a 17 personas con discapacidad. Un proyecto socioempresarial que se construye a partir de la recuperación de las viejas tradiciones y que se enraíza con los nuevos movimientos sociales, como el *slow food*, que reivindican la recuperación del valor de la agricultura tradicional y la importancia de la calidad de las materias primas y los alimentos en una clara voluntad de rescatar unos ritmos vitales más acordes con la naturaleza (Vernis e Iglesias, 2010).

Salarca

Otro caso emblemático, y que comparte ciertos aspectos con las experiencias anteriores (impacto en el medio rural, inserción sociolaboral de discapacitados) es el de la cooperativa *Salarca*. Se trata de una de las seis iniciativas galardonadas en el 2010 –entre las 196 candidaturas presentadas– en el III premio INTEGRA del BBVA que desde el 2008, tiene como objetivo reconocer la labor de aquellas iniciativas innovadoras que generan empleo de calidad para personas con discapacidad, y que en este caso ha sido reconocida precisamente por su carácter innovador. Esta sociedad cooperativa de iniciativa social, pertenece al Grupo Arca –promovido por Asprodes-FEAPS– y se configura como una red rural de empleo que gestiona centros de trabajo situados en las principales cabeceras de comarca de la provincia de Salamanca. En la actualidad se dedica a la actividad de producción de planta, mantenimiento de jardines, transporte y servicios a la dependencia. *Salarca* está en permanente proceso de innovación y en la actualidad se encuentra en fase de exploración de nuevos yacimientos de empleo para personas con discapacidad, como son: xerojardinería, restauración vegetal y paisajismo en espacios naturales, reciclado de residuos vegetales y domésticos para su uso como compost y turismo rural. Los proyectos en los que está inmerso *Salarca* en la actualidad, que tienen un marcado componente innovador son:

- Red Ambaguas: es una red de integración socio-laboral de personas con discapacidad en el medio rural que se va a llevar a cabo en el periodo 2011-2012, en el marco de Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal (POCTEP) 2007-2013, mediante un acuerdo de colaboración hispano-luso, formado por agentes públicos y privados, y que tiene como ámbito geográfico de actuación la zona de La Raya de Salamanca, Zamora y Beira interior Norte.
- Viveros inteligentes: «Innovación tecnológica y empleo en el medio rural», financiado por la Fundación Iberdrola, que se va a llevar a cabo en 2011. Es un proyecto de innovación tecnológica en viveros de tal manera que transformen los actuales viveros en viveros inteligentes o viveros de nueva generación.

- Ecoarca: es un proyecto de innovación, sostenibilidad y cohesión, financiado por la Fundación Iberdrola, que se va a llevar a cabo en 2011. ECOARCA es un proyecto de I+D+i con el objetivo de innovar en productos y servicios con los que crear nuevas oportunidades de empleo y de formación para el empleo a personas con discapacidad. Los productos y servicios tienen un denominador común, suponen nuevas líneas de negocio dentro de la economía sostenible.
- Círculos de innovación social: es un modelo de apoyo para cada persona con discapacidad en el medio rural», que promueve la Red Capaces, subvencionado por la Dirección General de Desarrollo Sostenible del Medio Rural y de carácter plurianual (2010-2013). Este proyecto piloto se enmarca en la Red Rural Nacional, puesta en marcha por el ministerio correspondiente en 2008, que contempla, entre otras actuaciones, la convocatoria anual de ayudas destinadas a subvencionar iniciativas que contengan ideas innovadoras, creativas, e imaginativas que generen nuevas expectativas de futuro en el medio rural más desfavorecido. En este caso el objetivo principal del proyecto «Círculos de Innovación Social» es la implantación de modelos, proyectos y políticas dirigidos a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos incapacitados residentes en el medio rural que generen riqueza y empleo en el territorio. Para ello se pretende investigar y aplicar instrumentos que permitan conocer la realidad de las personas incapacitadas en cada comarca y especialmente sus necesidades e intereses vitales. Por otro lado, las propias organizaciones quieren elaborar una cartera de servicios en el medio rural, que garantice la calidad y su viabilidad, teniendo en cuenta las diferentes tipologías de las zonas rurales, así como promover empresas que generen puestos de trabajo a las personas incapacitados, prioritariamente en los sectores de servicios a la comunidad y reciclaje. Entre las actividades a desarrollar destaca la realización de estudios sobre la accesibilidad a edificios públicos o en los municipios, la organización de cursos de formación dirigidos a arquitectos, funcionarios y profesionales interesados en mejorar esta accesibilidad, la formación orientada a la cualificación necesaria para trabajar en atención a la dependencia o la planificación de un servicio de apoyo a emprendedores en el ámbito de la economía social. Este proyecto piloto se va a llevar a cabo en 20 comarcas de las comunidades autónomas de Castilla y León y La Rioja.

En esta muestra de proyectos que la cooperativa está desarrollando se transmite no sólo una serie de ámbitos para la innovación social –inclusión, sostenibilidad medioambiental y viabilidad económica– sino una serie de condiciones para que esta apuesta innovadora pueda ser ambiciosa en sus iniciativas y sostenible en el tiempo. En primer lugar se constata un funcionamiento en red para acceder a proyectos de mayor calado y alcance. En segundo lugar, estas plataformas organizativas reticulares también favorecen un acceso a recursos públicos incluso de carácter tras-

nacional. Por último, su elevado alcance e impacto potencial facilita el acceso a las oportunidades que ofrecen las grandes empresas dentro de sus programas de responsabilidad social corporativa.

Can Gaza

Otro caso diferente, centrado más en aspectos sociales y terapéuticos, es el de *Can Gaza* (caso nº 4) –mención de honor de los premios Reina Sofía contra la droga–. Se trata de una experiencia singular de personas «marginadas» que viven en régimen de autogestión. La mayoría tiene más de 50 años y se encuentran enfermos, algunos en estado terminal. Su adicción les ha llevado a perder: familia, trabajo, dinero, amigos y salud³ Esta experiencia de autogestión es una opción vital desde hace treinta años y durante este tiempo ha transformado esta finca en una especie de comuna en la que conviven como una gran familia y donde pueden morir con dignidad. En *Can Gaza* no hay trabajadores sociales, ni médicos, ni monitores, ni siquiera cocineros o cuidadores y se abastecen de los animales que crían y lo que produce la huerta, lo que les permite autogestionarse sin apenas recibir ayudas de las instituciones. En su lucha por la autonomía económica abrió una tienda llamada *Antull*, en la que se pueden comprar electrodomésticos, libros, ornamentos y plantas, zapatos, ropa y complementos, muebles o juguetes. Se trata de una tienda y no de un mercadillo, aunque sus precios son dignos, módicos y asequibles. Además, no se trata sólo una tienda de segunda mano ya que muchos productos son nuevos, sobre todo los juguetes.

4.2. Experiencias cooperativas como promotoras y plataformas de desarrollo en el comercio justo

El comercio justo fundamenta su existencia en un tipo de consumidor que no es el *homo economicus* que subyace en los postulados y modelos de la economía clásica. Son transacciones económicas y mercados porque se compra y se vende, pero el precio se establece desde principios sociales como la sostenibilidad y la justicia social.

Oromia

Uno de los casos más singulares de actividad significativa en el comercio justo es el de la Unión cooperativa etíope *Oromia* (caso nº 6), un proyecto que agrupa 101 cooperativas, que representan a 90.000 campesinos y que centran su producción en café certificado de comercio justo, café orgánico y café convencional. Más de un millón de productores y alrededor de 15 millones de etíopes

³ Aunque a muchos aún les queda un largo camino que recorrer para librarse de la dependencia de las drogas, varios han superado sobredosis o episodios de *delirium tremens* y recuerdan que no es muy difícil llegar a esa situación. No obstante la situación más frecuente de estos hombres puede resumirse en un pasado que quieren olvidar y un futuro del que no esperan nada porque saben que ya no hay vuelta atrás y que han llegado «a su última estación».

(casi una cuarta parte de la población de ese país) dependen del café como medio de subsistencia, pero la crisis que ha sufrido este sector en los últimos cinco años y la caída de sus precios ha sumido a buena parte de ellos en la pobreza. Frente a esta situación, esta unión de pequeños productores en cooperativas y las prácticas de comercio justo han permitido a muchas familias salir adelante y conseguir precios dignos. Tadesse Meskela es el impulsor y actual director general de *Oromía*, una iniciativa nacida en 1999 en la región del mismo nombre (en el sudeste de Etiopía) para proteger los derechos de los productores cafetaleros y formar una organización capaz de procesar y exportar café en beneficio de sus miembros. La Unión beneficia a los campesinos un 70% más que si vendieran en el mercado convencional.

Ideas

Existen experiencias cooperativas que promueven el desarrollo justo ofreciendo ideas y proyectos. Quizás uno de los casos más conocidos es el de la cooperativa española *Ideas* (caso nº 7) que actualmente desarrolla una campaña para sensibilizar en este sentido a las administraciones públicas –sobre todo ayuntamientos.

4.3. **Mercados sociales impulsados desde el cooperativismo y la economía social**

Los mercados sociales son espacios físicos (o no físicos) de encuentro de oferta de interés social (personas dispuestas a dar sin contraprestación o a comprar solidariamente) y demanda social (personas con necesidades básicas no resueltas o que ofrecen productos y servicios realizados desde principios sociales). Aquí encontramos manifestaciones como fueron los mercadillos benéficos, pasando por los bancos de tiempo o los actuales centros comerciales sociales o mercados sociales propiamente dichos promovidos desde empresas sociales.

Cecosesola

Un ejemplo notable es el caso de *Cecosesola* (caso nº 8). Las ferias de consumo impulsadas por este grupo cooperativo venezolano son un ejemplo de innovación social cuyo resultado es la satisfacción de las necesidades de sus asociados: agricultores que quieren vender su producto a un buen precio y consumidores que quieren buenos productos a un precio asequible. Este grupo cooperativo posibilita todos los fines de semana un lugar de encuentro –un mercado– bajo reglas de «todos ganan» entre productores agrícolas y consumidores eliminando el abuso de los intermediarios que penaliza tanto las actividades agrícolas. Un total de 21.600 toneladas de alimentos comercializaron el 2008 las ferias de las hortalizas administradas por las 57 cooperativas que integran *Cecosesola*, a los 25.000 consumidores, que acostumbran comprar casi todos los tipos de alimentos a un precio único por kilogramo.

Red Social Koopera

Otro caso importante en España es el de la *Red Social Koopera* (caso nº 9). Se trata de una entidad de trabajadores y voluntarios que trabaja por y para la inclusión socio-laboral mediante la realización de actividades principalmente medioambientales. Koopera conecta a las personas que se encuentran en situación o riesgo de exclusión social con el mercado laboral. Las cooperativas sin ánimo de lucro Rezikleta, Berohi, Ekorropa y Ekiber, junto con la colaboración de Cáritas Bizkaia, fueron las principales impulsoras de la Red. Hace un año se inauguró Koopera Merkatua (Mercado social y ecológico de Euskadi) situado en el centro de Bilbao, un mercado que ofrece a la ciudadanía productos de consumo sostenible como son: Ekorropa, la moda solidaria y ecológica; juguetes, libros y electrodomésticos recuperados; comercio justo; y alimentación ecológica. Además el mercado promueve la integración sociolaboral y la defensa del medioambiente a través de las acciones culturales, educativas y de ocio que difunde desde la sala con que cuenta, Koopera Aretoa. En su primer año de existencia ha logrado generar 19 empleos –lo que supone un total de 150 en toda la red–, 1.800 compradores, más de 55.000 compras responsables, más de 134.000 productos ecológicos comercializados entre los que destacan los textiles de la marca Ekorropa, los aparatos eléctricos y electrónicos de la cooperativa Ekorrepara o los cada vez más demandados productos de comercio justo.

4.4. Las cooperativas y el desarrollo de la sostenibilidad medioambiental integral

Ropa amiga

La cooperativa de servicios Ropa amiga (*Roba amiga*) (caso nº 10) es un proyecto de recuperación y reciclaje textil con un doble impacto: social y ambiental. El primero se materializa con la creación de puestos de trabajo para colectivos con problemas de inserción social y laboral, y el segundo evita, mediante la recuperación y el reciclaje, que esta ropa acabe en los vertederos y las incineradoras, dañando el medio ambiente. El proyecto es llevado a cabo por empresas de inserción de Cataluña, Valencia y Madrid, con el respaldo de las redes territoriales referentes en cada comunidad autónoma.

La ropa usada que se ha recogido (10,5 millones de kilogramos) en los 1.108 contenedores ubicados entre las 3 Comunidades Autónomas donde está presente el programa (820 en Cataluña, 283 en Valencia y 5 en Madrid), se selecciona y se arregla para venderse en cada una de las 17 tiendas de la red de tiendas *Roba Amiga*, gestionadas asimismo por las empresas de inserción. Durante el 2007 se han colocado 150 nuevos contenedores. El programa da ocupación a 260 personas.

En el 2007 se constituyó en Cataluña la cooperativa de servicios *Roba Amiga*, por parte de 6 empresas de inserción del programa, con las que la Fundació Un Sol Món (Caixa Catalunya) estableció una alianza estratégica, con el objetivo de dar un nuevo impulso al programa, ampliando su alcance territorial, el impacto social y medioam-

biental, desarrollando nuevas líneas de comercialización de la ropa y ofreciendo nuevos servicios a las entidades partícipes del programa. Su filosofía es el modelo de las 3R propuesto por Greenpeace para una economía sostenible medioambientalmente aplicado a la ropa: reducir los residuos, reutilizarlos y reciclarlos.

Una de las iniciativas en las que participa la cooperativa es la «Marató Enrenou de Roba» (Maratón Agitando la Ropa), actividad realizada en la ciudad de Gerona, y que logró convocar a más de cuarenta profesionales y estudiantes de diseño que demostraron cómo aprovechar y reutilizar ropa en desuso, evitando que se conviertan en residuos. Para ello, los participantes debían elaborar 28 nuevas prendas de diferentes estilos a partir de 4 toneladas de ropa de segunda mano proveniente de la recogida selectiva de residuos que lleva a cabo la Cooperativa Roba Amiga. Esta iniciativa recibió el premio Europeo de la Prevención de Residuos en la categoría de asociaciones y ONG⁴.

Ecoaldea

Otra innovación social sostenible en el que el cooperativismo está presente es el fenómeno de las ecoaldeas (caso nº 11). Una ecoaldea -como lo define su precursor mundial Robert Gilman- es «un asentamiento humano, concebido a escala humana, que incluye todos los aspectos importantes para la vida, integrándolos respetuosamente en el entorno natural, que apoya formas saludables de desarrollo y que puede persistir indefinidamente». En España existen diversas experiencias (El Valle de Sensaciones Valdepiélagos, Jardines de Acuario, Taldea, Valle Pino Los Condes, Matavenero, Arcadia, Tamera). Casi todas funcionan en régimen autogestionario y Valdepiélagos -en concreto- asumió la forma de cooperativa. En noviembre de 2001 se celebró en Madrid la Asamblea Fundacional de la Red Ibérica de Ecoaldeas para promover el intercambio de información y de recursos entre los miembros de la red, entre otras personas o grupos, la difusión del concepto de ecoaldea y asentamiento sustentable y el acercamiento de las personas que, desde pueblos y ciudades, desean apostar por estas formas de vida⁵.

⁴ Este galardón destaca iniciativas realizadas en el marco de la I Semana europea de la prevención de residuos (21-29 de noviembre de 2009) que tiene el objetivo de difundir el concepto de la prevención de residuos mediante la realización de acciones de concienciación.

⁵ La Red Ibérica de Ecoaldeas relaciona, conecta y acerca las diferentes Ecoaldeas que están funcionando, los diferentes proyectos de Ecoaldeas que están queriendo crearse, y a distintas asociaciones y personas con objetivos similares. La experiencia de esta Red considera una serie de condiciones para formar una experiencia de estas características:

- Necesita un grupo de gente con un nexo de unión, una visión común, un sueño compartido, objetivos, metas que desarrolle una estructura comunitaria dinámica con sus actividades comunes, espacios de encuentro, formas de gobierno, programas educativos, actividades culturales, etc.
- La convivencia en un lugar común exige una estructura colectiva de toma de decisiones y la creación de una cultura que integre los aspectos ecológicos, sociales, culturales, económicos, tecnológicos, políticos, espirituales.
- Generalmente en las Ecoaldeas se trabajan temas diversos del trabajo en la tierra: horticultura ecológica, permacultura, ganadería ecológica, bioconstrucción, aprovechamiento de bosques plantas, frutas etc.

4.5. Las cooperativas como instrumento para la «normalización» de la actividad económica

La economía informal con frecuencia es considerada «sumergida». Pero en África occidental, tal como ocurre en muchas otras partes del continente, las actividades informales están lejos de ser invisibles. Los trabajadores informales venden periódicos, fruta, relojes o cualquier otra cosa que les pueda dejar un ingreso neto. Y también ofrecen lustrar los zapatos o cortar el pelo de trabajadores, oficinistas o turistas. Su informalidad no está determinada por la invisibilidad, sino por la falta de vinculación con las estructuras formales de la sociedad, tanto aquellas relacionadas con el gobierno como con la sociedad civil.

SYNDICOOP

SYNDICOOP (caso nº 12), es una iniciativa desarrollada por la Oficina de Actividades para los Trabajadores (ACTRAV) y el Servicio de cooperativas de la OIT como resultado de un esfuerzo conjunto de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres (CIOSL) –actualmente CSI– y la Organización Internacional del Trabajo. SYNDICOOP congrega a representantes de asociaciones sindicales y de cooperativas, gobiernos y dirigentes de pequeños grupos de trabajadores informales. Las actividades comenzaron en 2002, y en una primera etapa el objetivo fue el de mejorar las condiciones laborales de trabajadores de la economía informal en Rwanda⁶, Tanzania⁷, Uganda⁸, y más recientemente también en Kenia.

⁶ En Rwanda, por ejemplo, se ha dado respaldo a un grupo de mujeres recolectoras y recicladoras de basura, quienes realizan esta actividad tras la muerte de sus esposos e hijos en el genocidio ocurrido en ese país. La cooperativa Amizero recibió asesoría sobre condiciones laborales que pueden ser peligrosas dada la naturaleza de su trabajo, y utilizará el microcrédito para comprar materiales y herramientas. Su principal actividad de reciclaje se realiza a partir de la recolección de basura doméstica. Entre los desperdicios hay cáscaras de banana y papas, que pueden ser secadas para transformarlas en briquetas que luego sirven para cocinar. Estas son más baratas que el carbón y además son una alternativa a la tala de árboles para obtener leña. El trabajo con basura es peligroso, así que el proyecto se concentró en la capacitación, en el uso de protecciones para mejorar sus condiciones laborales, y en retirar a los niños de estas actividades.

⁷ En Tanzania el comité directivo nacional del proyecto cuenta con representantes de todos estos grupos. Uno de los primeros pasos del proyecto fue asesorar a los dirigentes de sindicatos y cooperativas en el diseño de estrategias para adaptar sus actividades de manera que pudieran contribuir a la organizar a los trabajadores de la economía informal. En cada país diez dirigentes fueron capacitados para lograr este objetivo. Además los comités directivos nacionales seleccionaron grupos de trabajadores informales para involucrarlos en el proyecto. En mayo de 2004 había 12 de estos grupos en Uganda, 7 en Tanzania y 5 en Rwanda. El proyecto busca que los grupos obtengan asistencia para mejorar sus condiciones laborales y su generación de ingresos. Para lograrlo, cada comité nacional ha establecido un fondo rotativo de préstamos.

⁸ «Estuvimos vinculados al proyecto OIT-SYNDICOOP desde el comienzo, y nuestros miembros se han beneficiado del fondo rotativo de préstamos que les permite expandir sus posibilidades de negocios y aumentar sus ingresos», dijo Sulait, quien es miembro de la Cooperativa de Limpia Zapatos de Uganda. «Nuestras voces ahora son escuchadas y respetadas por las autoridades municipales cuando demandamos respeto a nuestros derechos».

5. CONSIDERACIONES FINALES

A continuación reseñamos algunas ideas clave que ha pretendido mostrar el presente trabajo:

- 1) Desde una perspectiva histórica el cooperativismo puede considerarse en sí mismo, como una innovación social de primer orden: un planteamiento alternativo de las relaciones económicas que ha conseguido un cambio social sustantivo y perdurable.
- 2) La especificidad de la innovación social requiere de un enfoque diferente a la innovación tecnológica a la hora de valorar su grado de originalidad, capacidad reproductiva y eficacia.
- 3) En el análisis de la originalidad de una experiencia de innovación social conviene tener en cuenta la aportación realizada que va desde un nivel de puesta en práctica de principios generales –como el comercio justo, la sostenibilidad medioambiental o la empresa social– hasta la consideración de la introducción de mejoras cuantitativas en aplicaciones concretas de dichos principios.
- 4) La economía social, sobre todo mediante la herramienta cooperativa como se muestra en el conjunto de casos analizados, constituye un catalizador de iniciativas innovadoras ya que posibilita un marco organizativo coherente con el compromiso de cambio social y económico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVORD, S.H., BROWN, L. D., LETTS, C.W. (2002): *Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study*. The Hauser Center for Non-profit Organizations. The Kenedy School for Government Harvard University.
- ANDERSON, C. (2008): *La economía long-tail*. Empresa Activa. Barcelona.
- ANSHELL, C. y GASH, A. (2008): «Collaborative Governance in Theory and Practice». *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol. 18, Issue 4, 543-571.
- CASTELLS, M. (1999): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. México. Siglo XXI.
- CHAMBON, J. L., DAVID, A. y DEVEVEY, J. M. (1982): *Les Innovations Sociales*, París, Presses Universitaires de France.
- DAL FIORE, F. (2007): «Communities Versus Networks: The Implications on Innovation and Social Change», *American Behavioral Scientist*, Vol. 50, nº 7, 857-866.
- DRAYTON, B. (2006): *Everyone a Change maker Social Entrepreneurship's Ultimate Goal, Innovations* (Winter Edition), MIT Press.
- ECHEVARRÍA, J. (2008): El Manual de Oslo y la Innovación social, *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 732, 609-618.

- ELKINGTON, J. y HARTIGAN, P. (2008): *The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World*, Harvard Business Press.
- FUNDACIÓN DE LA INNOVACIÓN BANKINTER (2009): *Innovación social. Reinventando el desarrollo sostenible*. Fundación de la Innovación Bankinter. Accenture. (http://www.fundacionbankinter.org/system/documents/8159/original/XII_FTF_Innovacion_Social_CASTELLANO.pdf).
- GEROMETTA, J., HAUSSERMANN, H. y LONGO, G. (2005): «Social Innovation and Civil Society in Urban Governance: Strategies for an Inclusive City», *Urban Studies*, Vol. 42, nº 11, 2007-2021.
- LÉVESQUE, B. (2005): *Innovations et transformations sociales dans le développement économique et le développement social: approches théoriques et politiques publiques*, Cahier de recherche du CRISES, UQAM, Montréal. (<http://www.crisis.uqam.ca/cahiers/ET0507.pdf>).
- MALIKOVA, L. y STARONOVÁ (2005): *Innovation in the Social Services: case studies analysis*, Publin Work Package 5: synthesis report. NIFU STEP, Oslo.
- MONZÓN CAMPOS, J.L.; ANATUÑANO MARURI, I.; MARCO SERRANO; F. (2010): *Sectores de la nueva economía 20+20. Economía social*. Fundación EOI. Madrid (http://www.ciriec.es/Nueva_Economia_20_20_Economia_Social.pdf).
- MORALES GUTIÉRREZ, A. C. (2004): «El microcrédito y la exclusión financiera», *Revista especializada en Formación y Empleo de los Colectivos en Riesgo de Exclusión (REDSI)* nº1, marzo, 1-7. (<http://www.redsirevista.cebs-es.org>).
- (2008): «Innovación social: un proceso emergente en las dinámicas de desarrollo». *Revista de Fomento Social*, nº 63,411-444.
- (2009a): «Innovación social y servicios sociales» *Zerbitzuan. Revista de Servicios Sociales*. Junio, 45,151-178.
- (2009b): «Innovación «abierta» en el Tercer Sector: el modelo organizativo 2.0», *Revista Española del Tercer Sector*, sep-dic; (13),17-37.
- (2010): «Claves para comprender la innovación social» en (Varios) *La innovación social como motor de Europa*. SocialInnova. Sevilla, 13-40.
- MORGAN, K. (2005): «Ciudades-Región en Europa: innovación, aprendizaje y nueva gobernanza territorial». *Ekonomiaz*, nº58,176-196.
- MOULAERT, F. y AILENEI, O. (2005): «Social economy, Third Sector and Solidarity Relations: A Conceptual Synthesis from History to Present». *Urban Studies*, Vol. 42, nº11, 2037-2053.
- MOYANO, E. (2001): «El concepto de capital social y su utilidad para el análisis de las dinámicas de desarrollo», *Revista Fomento Social*, nº 56, 35-63.
- MULGAN, G., TUCKER, S. RUSHANARA ALI, SANDERS, B. (2007): *Social Innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, The Young Foundation.
- MURRAY, R., CAULIER-GRICE, J. y MULGAN G. (2010): *The open book of social innovation*. The Young Foundation. NESTA.
- MUTIS, J. y RICART, J. (2008): Innovación en modelos de negocio: la base de la pirámide como campo de experimentación. *Universia Business Review*, 10-27.
- RODRIGUEZ HERRERA, A. y ALVARADO UGARTE, H. (2008): *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*, CEPAL, Santiago de Chile.
- SEGARRA, J.A. (2011): «La Fageda: otra empresa es posible...». *Universia Business Review*. Segundo Trimestre, 110-119.
- VERNIS, A. y IGLESIAS, M. (2010): *Empresas que inspiran futuro. Ocho casos de emprendedores sociales*. Instituto de Innovación Social. ESADE. Barcelona.
- ZURBANO IRIZAR, M. (2008): «Gobernanza e innovación social. El caso de las políticas públicas en materia de ciencia y tecnología de Euskadi». *CIRIEC-ESPAÑA*, nº 60,73-94.